2025

# 11 CAMBIOS CONDUCTUALES Y SUS EFECTOS EN LA SOCIEDAD

Trendhunting® de Negocios & Estrategias

Introducción al documento

Estar informado acerca de los cambios de hábitos que ocurren más allá de los mercados es una forma muy saludable e inteligente de prepararse para el futuro o incluso de crearlo.

Al igual que en años anteriores, hemos sintetizado un conjunto de hábitos que están modificando la manera en que vemos nuestro entorno, compramos, consumimos, votamos, etc. De su entendimiento pueden surgir oportunidades para mejorar rendimientos actuales y para enfrentar nuevos desafíos.

El documento tiene dos partes: dado que 2025 es un año electoral en Ecuador, iniciaremos con una breve descripción del padrón electoral vigente antes de pasar a la presentación de los once indicios de tendencias que sugerimos tener en el radar a partir de hoy.

Esperamos que la lectura les sea útil.

El equipo de Trendhunting® de Negocios & Estrategias

# Quiénes votaremos el 2025

Padrón electoral

Participación por provincias

Proporciones por género

El voto facultativo

El voto migrante

Urbanos y rurales

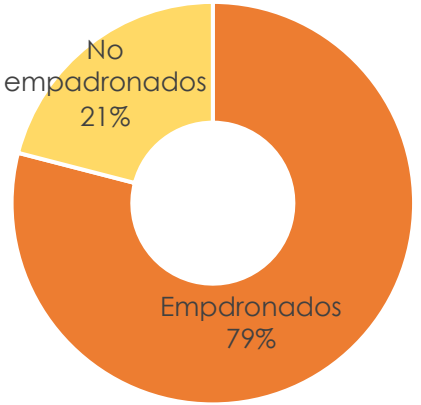
Top 5 de provincias

El voto en casa

Top 10 de cantones

La cuestión regional

17,382,263 habitantes | 2025 (p)
13,736,315 empadronados | 2025



7.0 millones 50.9%

6.7 millones 49.1%

+64

0.7 millones
5.1%
Voto facultativo

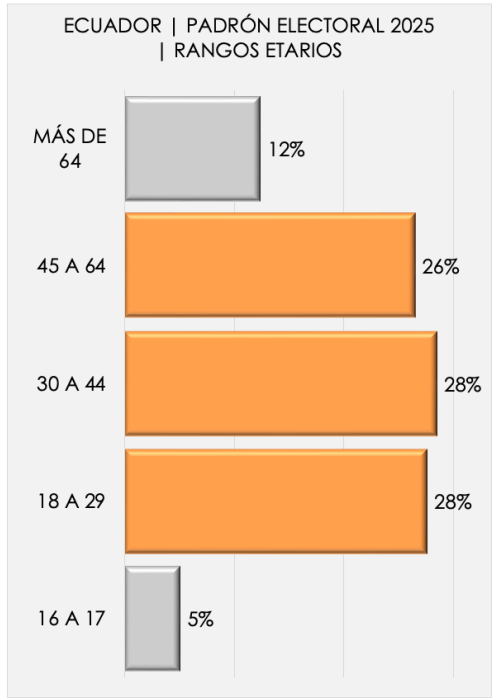
18 – 64

11.3 millones
82.5%
Voto obligatorio

16 – 17

1.7 millones
12.4%
Voto facultativo

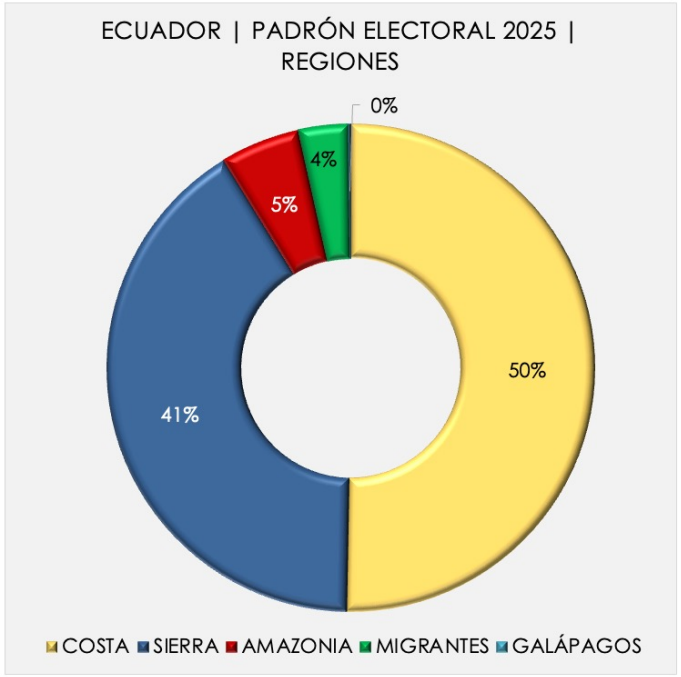
Fuente: INEC | Elaboración: Negocios & Estrategias




NEGOCIOS & ESTRATEGIAS

TREND HUNTING
Đ NEGOCIOS & ESTRATEGIAS

# Quiénes votaremos | Data relevante del Padrón Electoral 2025




| ECUADOR \| PADRÓN ELECTORAL 2025 \| REGIONES | | |
|---|---|---|
| **REGIONES** | **PADRÓN ELECTORAL** | **RELATIVO** |
| COSTA | 6,907,240 | 50% |
| SIERRA | 5,630,310 | 41% |
| AMAZONIA | 719,677 | 5% |
| MIGRANTES | 456,485 | 3% |
| GALÁPAGOS | 22,603 | 0% |
| **TOTAL** | **13,736,315** | **100%** |

Fuente: CNE | Elaboración: Negocios & Estrategias

| PADRÓN ELECTORAL 2025 \| TOP 10 CANTONES | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Nº** | **CANTÓN** | **PADRÓN 2025** | **COMO % TOP 10** | **COMO % PADRÓN** |
| 1 | QUITO | 2,056,637 | 33% | 15% |
| 2 | GUAYAQUIL | 2,018,704 | 32% | 15% |
| 3 | CUENCA | 452,843 | 7% | 3% |
| 4 | SANTO DOMINGO | 349,065 | 6% | 3% |
| 5 | AMBATO | 302,982 | 5% | 2% |
| 6 | PORTOVIEJO | 256,319 | 4% | 2% |
| 7 | MACHALA | 222,326 | 4% | 2% |
| 8 | MANTA | 215,862 | 3% | 2% |
| 9 | RIOBAMBA | 211,568 | 3% | 2% |
| 10 | DURÁN | 197,711 | 3% | 1% |
| | **TOTAL TOP 10** | **6,284,017** | **100%** | **46%** |
| | **TOTAL PADRÓN 2025** | **13,736,315** | | |

URBANO

10.0 millones
73.1%

RURAL

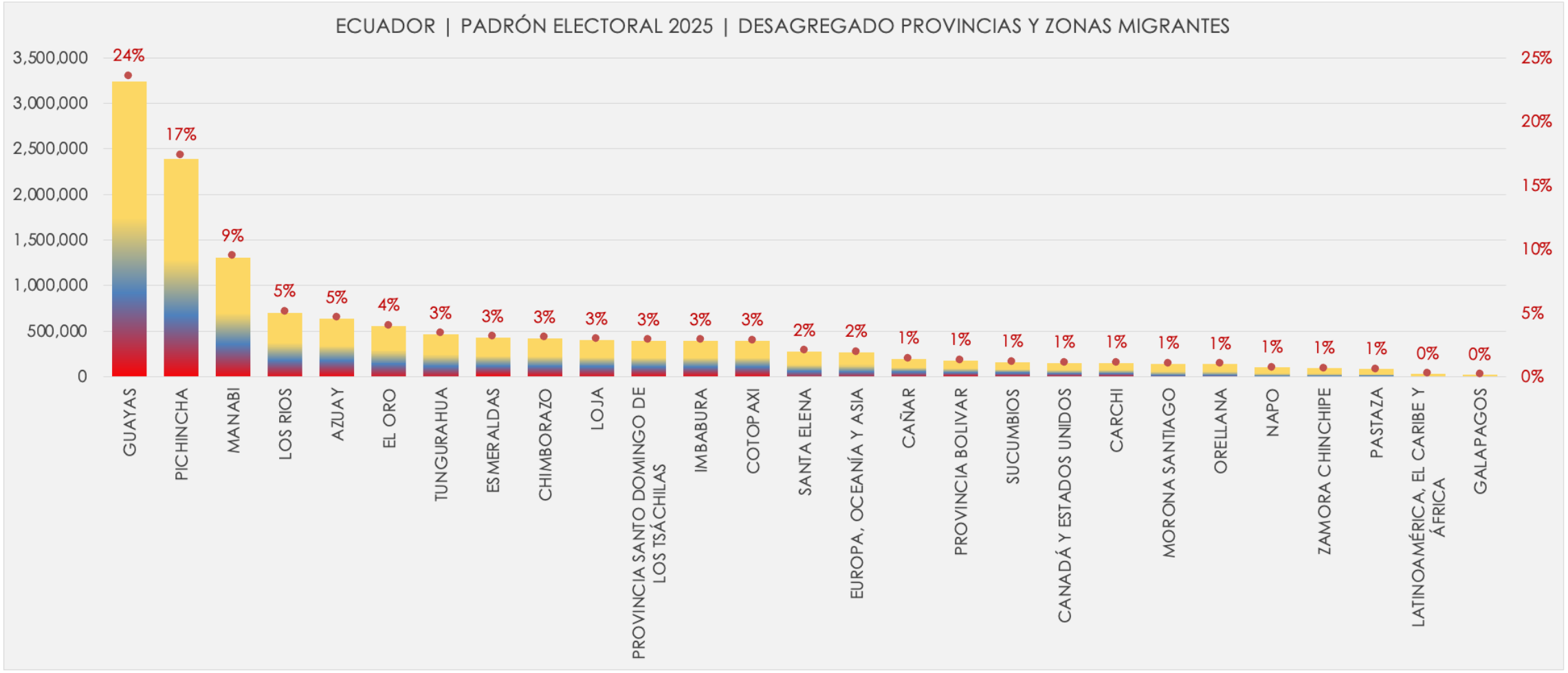
3.3 millones
23.9%

MIGRANTE

0.4 millones
3.0%

VOTO EN CASA

662 personas




Fuente: CNE | Elaboración: Negocios & Estrategias

# 11 cambios conductuales

Brainrot

Necesidad de comprobar

Gestores de comunidades

Sexto sentido: la emoción

Economía plateada

Conservadurismo masculino

Ingredientes biodegradables

Life style canino

Hasta la belleza cansa

Velocidad artificial

Bares sin alcohol

# Brain rot

## - Dopamina barata

Textos minúsculos, dominancia audiovisual, chaulafán temático al saltar de un video a otro, *fake news* mimetizadas, publicidad omnipresente y la gran batalla diaria por los *likes* y los *leads*. ¿Qué podría salir mal?

Por fuera de los estudios formales, nuestro cerebro se alimenta de lo que sale de las pantallas que nos rodean. Y lo que sale deforma los cerebros y nos embebe de una suerte de *dopamina barata* porque el consumo de contenidos se da a una velocidad tan alta que no queda tiempo para asimilar y reflexionar. ¿Cuántas veces terminamos de ver una película y pasamos inmediatamente a las redes sociales para llenar cada segundo con contenidos? Esas veces nos saltamos la reflexión.

Sin reflexión el cerebro se vuelve ocioso, obeso de memes y enfermo de llenura. Y una sociedad sin reflexión es propensa a tomar decisiones abruptas, torpes y al son de las modas pasajeras.

(1) Brainrot

Según un artículo del diario **El País**, investigaciones científicas de Harvard, Oxford y el King's College de Londres han demostrado que el uso excesivo de redes sociales reduce la memoria, afecta la capacidad de atención y altera procesos cognitivos, especialmente en adolescentes.

REDES SOCIALES >

**'Podredumbre cerebral' o lo que el abuso de contenido basura en internet puede hacerle a la mente**

La adicción a las redes sociales reduce la materia gris, acorta la capacidad de atención, debilita la memoria y distorsiona procesos cognitivos

https://elpais.com/tecnologia/2024-12-26/podredumbre-cerebral-o-lo-que-el-abuso-de-contenido-basura-en-internet-puede-hacerle-a-la-mente.html

Menú

metro

Noticias

**Brain Rot, la palabra del año, demuestra la decadencia del consumo digital**

Fue en las plataforma de TikTok donde la palabra agarró popularidad.



https://www.metroecuador.com.ec/noticias/2024/12/03/brain-rot-la-palabra-del-ano-demuestra-la-decadencia-del-consumo-digital/

En un comunicado publicado por **Oxford**, "*brain rot*" fue definida como "*el deterioro del estado mental o intelectual de una persona como resultado del sobreconsumo de material considerado trivial o poco desafiante*". La frecuencia de uso del término aumentó en un 230% entre 2023 y 2024. Fue utilizado por primera vez por el autor Henry D. Threau en su obra Walden, en el siglo XIX.

# Gestores de comunidades

## - No todo es información

Cuando la información plasmada en un periódico o enlatada en un noticiario dejó de ser atractiva por la inmediatez de las redes sociales, los medios de comunicación tradicionales tuvieron que moverse hacia el mundo online, pero hay indicios de que otros cambios son necesarios.

Para conservar a sus audiencias varios medios de comunicación han incursionado en la creación de comunidades a las que atraen y conservan gracias a información privilegiada, eventos exclusivos y acceso a profesionales referentes de diversos saberes.

Así, entre la apelación al sentido de pertenencia, el *networking* y la capacitación especializada en corto plazo, se van formando comunidades promovidas y administradas por medios de comunicación… y también por compañías de otros ámbitos: bufetes jurídicos, firmas de auditoría, instituciones financieras, burós de consultores, entre otros. Son grupos de personas con intereses comunes y alguien que logra convocar y articular beneficios multilaterales que solo son viables en una comunidad.

## (2) Gestores de comunidades

https://club.eluniversal.com.mx/#/home

El diario **El Universal** de México cuenta con un servicio exclusivo para sus suscriptores conocido como experiencias El Universal. Esta comunidad tiene como objetivo conectar a las personas con temas de su interés, enlazando la información con la interacción.

Entre los beneficios del club se encuentran conferencias con líderes de opinión, talleres y eventos culturales.

**Jimny Ecuador** suele compartir en redes sociales eventos organizados por la marca o aficionados. Estos eventos incluyen *rallies*, encuentros *off-road*, concentraciones y salidas de aventura, donde los propietarios de vehículos Jimny se reúnen para compartir su pasión por el vehículo y la conducción.

https://www.instagram.com/p/C-5rAH1PE8D/

# Conservadurismo masculino

## - El contrapeso al *woke*

La ola progresista que reivindica los derechos de las minorías sexuales y étnicas, de los migrantes del sur global y la legalización del aborto tiene ahora un nuevo contrapeso.

En Estados Unidos y algunos países de Europa y Latinoamérica hay una corriente de hombres jóvenes, urbanos, de clases media y alta, extremadamente conservadores, que deploran los logros sociales obtenidos por las minorías. Ellos, viendo a la generación de sus padres ceder espacios a colectivos minoritarios, van por el camino opuesto.

Tal vez sea la primera vez en la historia que una generación se muestre más conservadora que sus antecesores y esto no se queda en lo dialéctico sino que llega a las decisiones de compra y a las decisiones políticas: marcas y candidatos extremos, con narrativas disruptivas y políticamente incorrectas tienen ahora mayores probabilidades de triunfo que antes. De hecho, algunos ya ganaron la presidencia.

## (3) Conservadurismo masculino

LA GACETA

SUSCRIBITE

Sociedad > Actualidad

**Los hombres de la Generación Z son cada vez más conservadores, según los últimos estudios**

Investigaciones realizadas en EE.UU. concluyen que existe una brecha ideológica significativa entre los jóvenes mayores de edad: los varones se inclinan más hacia la derecha y las mujeres suelen preferir las ideas progresistas.

https://www.lagaceta.com.ar/nota/1048021/sociedad/hombres-generacion-z-son-cada-vez-mas-conservadores-segun-ultimos-estudios.html

Melissa Deckman, investigadora del comportamiento social de la Generación Z, ha identificado lo que llama una "*brecha de género histórica inversa*". Este fenómeno refleja que mientras las mujeres se inclinan hacia el progresismo, los hombres están adoptando posturas cada vez más conservadoras. Un estudio de **Gallup** y **Walton Family Foundation** indicó que los hombres de la *generación Z* son el doble de propensos a identificarse como más conservadores que sus padres en comparación con los *millennials*.

Según el medio digital El País, basándose en los resultados de la última encuesta realizada por la consultora Opina Argentina, la imagen de Javier Milei refleja la brecha de género dentro de la misma generación.

Newsletter Americanas

GOBIERNO JAVIER MILEI > OPINIÓN

***El empuje del antifeminismo de Milei entre los jóvenes, símbolo de una grieta generacional***

¿Qué fibras toca el discurso del mandatario argentino: misógino y negacionista de la desigualdad de género? ¿Hay una grieta en la generación Z?

Una mujer sostiene una figura de Javier Milei durante la marcha Ni Una Menos el 3 de junio 2024. NATACHA PISARENKO (AP)

https://elpais.com/opinion/2024-07-15/el-empuje-del-antifeminismo-de-milei-entre-los-jovenes-simbolo-de-una-grieta-generacional.html

Su postura conservadora, sus críticas a las políticas feministas y su enfoque "antiprogresista" han generado una mayor aceptación entre los jóvenes varones que entre las mujeres, lo que pone de manifiesto las divisiones de percepción que existen en torno a su figura política.

# Necesidad de comprobar

## - El boom del fact checking

La infodemia y la proliferación de las *fake news*, el *clic-bait* comercial, el uso doloso de la IA y otras prácticas falsarias han producido ciudadanías escépticas[1] que en varios países de Latinoamérica han empezado a descubrir la necesidad del *fact checking*.

Es así que en varios debates presidenciales de los últimos años se han activado firmas de *fact checking* para verificar en tiempo real. Y es así también que en el ámbito académico se incorpora el término alfabetización mediática y existen cátedras, diplomaturas y programas de maestría en periodismo de verificación.

El alcance no es solo político. Existen empresas privadas que mienten. También lo hacen *influencers*, medios de comunicación, instituciones y usuarios comunes de redes sociales. El hábito de demandar verificación a las firmas de *fact checking* de parte de la ciudadanía está creciendo conforme descubrimos cuántos bulos circulan en nuestro entorno.

1 https://www.negociosyestrategias.com.ec/2022/01/15/doce-cambios-conductuales-y-su-relacion-con-el-mercado-2022/

## (4) La necesidad de comprobar

El *fact-checking* en Ecuador cobra cada vez más relevancia, especialmente en tiempos electorales. **Lupa Media** y **Ecuador Chequea** se han consolidado en redes sociales como actores encargados de la verificación de datos, habiendo implementado incluso sus servicios en tiempo real en varios debates políticos.

https://x.com/Colcheck/status/1879662404130525302

**ColombiaCheck** es un proyecto colombiano del medio de comunicación digital La Silla Vacía, en colaboración con otros medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil.

Esta plataforma está dedicada a verificar noticias, afirmaciones públicas, rumores y datos que circulan en medios de comunicación, redes sociales y declaraciones de figuras públicas en Colombia.

https://x.com/ECUADORCHEQUEA

https://x.com/LupaMediaEC

# Bares sin alcohol

**-Oxímoron**

Bien sea por motivos de salud o por estilos de vida que priorizan el consumo de productos naturales, es innegable que está tomando forma el hábito de consumir bebidas sin alcohol. No nos referimos a las cervezas, que han sido pioneras, sino a los *mocktails*.

El término *mocktail* es la contracción de *mock* (imitación) y *cocktail*, y se lo utiliza para referirse a bebidas tipo cóctel, libres de contenido alcohólico y ricas en frutas exóticas y otros ingredientes naturales que en algunos casos logran no solo un sabor agradable sino incluso efectos relajantes o estimulantes según el caso. Y sin resaca.

De la misma forma que hace veinte años vimos desarrollarse los hábitos vegetarianos y veganos hasta convertirse en algo que ya no genera asombro, los *mocktails* podrían ganar un espacio importante en los bares, en las fiestas y hasta en consumos cotidianos en el hogar.

## (5) Bares sin alcohol

En Estados Unidos y algunos países de Sudamérica hay una proliferación de ***kavabars***, bares que ofrecen cocteles a base de Kava, una raíz originaria del sur del océano Pacífico que se usa para preparar bebidas relajantes. Estas bebidas producen efectos similares a los del alcohol sin ser perjudiciales para la salud.

https://www.instagram.com/kavahanabar/?hl=es

https://www.tiktok.com/@bhumiec

El bar **Bhumi** ubicado en Quito ofrece un menú con ingredientes 100% orgánicos que incluye bebidas a base de Kava.

ICONTRENDS — MUNDO ICONS — PORTADA —

Coffee Parties: La tendencia que reinventa las fiestas para la hora de la mañana

POR ALAM GUERRERO

https://clxicons.com/coffee-parties-tendencia-fiestas-manana/

https://vm.tiktok.com/ZMkCbRvWn/

Las ***coffee parties*** son fiestas que ocurren en las mañanas, donde el café es el protagonista, incluye música en vivo, DJs y un ambiente similar al de los clubes nocturnos.

# Hasta la belleza cansa

## - De vuelta a las imperfecciones

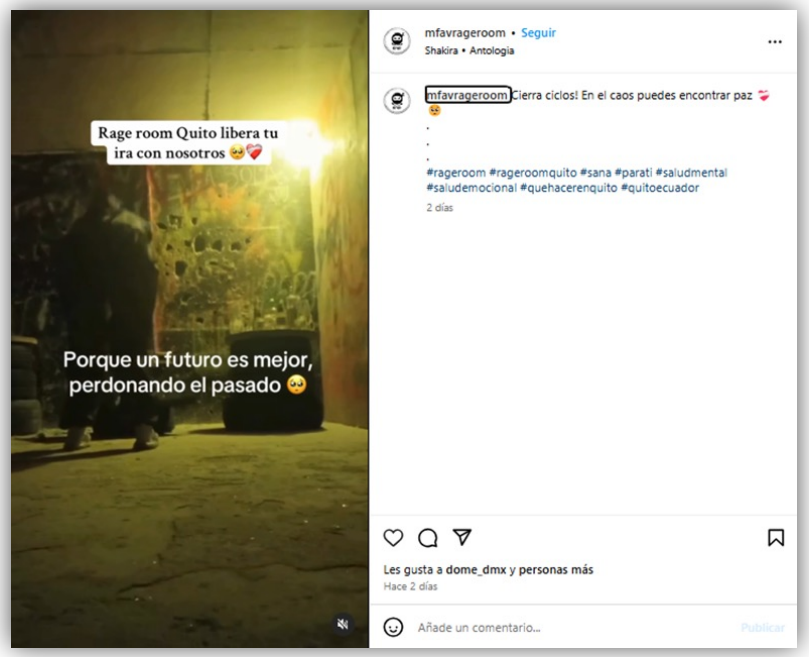
Con el buenismo y la belleza *instagrameable* saturando redes, televisión y hasta nuestra cotidianidad, la sociedad contemporánea ha logrado que nos vayamos cansando de las fotografías impecables, de las imágenes impolutas y de las historias con final feliz.

Es tiempo, entonces, de volver a las imperfecciones, a lo políticamente incorrecto y a que los rollos en la cintura tengan su espacio en las fotografías. Esto, por supuesto, no es todavía masivo ni reemplaza a los conceptos precedentes, pero sí muestra un nuevo hábito y nuevos valores que están ganando espacio en la sociedad.

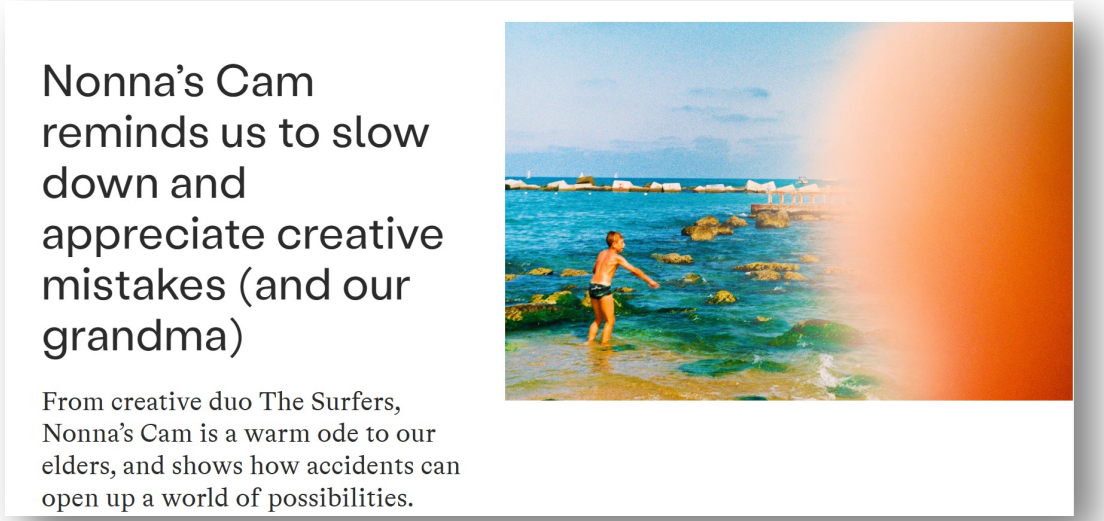
Las marcas comerciales y personales que logran sintonizar con este fenómeno generan activaciones, interacciones y fidelidad sustentadas en la empatía que se produce entre una persona y una marca "terrenales". El *sesgo de familiaridad* al que alude Kahneman hará el resto del trabajo.

## (6) Hasta la belleza cansa

En Quito, el emprendimiento **Mfav** presenta su *rage room* como un método para liberar el estrés y frustraciones de manera controlada. Este lugar ofrece a los visitantes la oportunidad de golpear objetos en un ambiente seguro, lo cual les permite liberar emociones reprimidas como la ira.




https://www.instagram.com/p/DEvG8RpvCiS/




https://www.itsnicethat.com/articles/the-surfers-nonnas-cam-photography-project-071124

**Nonna's cam**, traducido al español *"la cámara de la abuela"*, es un proyecto de dos fotógrafos conocidos como *the surfers* que expone imágenes con errores accidentales como un dedo tapando la cámara. El objetivo de los artistas es invitar a los espectadores a usar su imaginación para completar la historia.

# Lifestyle canino

## -La economía detrás de un perro

Nunca antes en la historia los perros han estado tan integrados a las familias, al punto que ya algunos etólogos consideran que se están sobrepasando límites y que la humanización del animal es perjudicial para todos.

Sin caer en excesos, hemos visto que la integración entre canes y tutores sigue encontrando nuevos espacios, actividades y modelos de monetización. Así, entonces, hay restaurantes para perros (no *pet friendly*, sino con mesas y menú para perros), *event planners* dedicados a fiestas caninas, pastelerías con productos aptos para perros, etc., y también hay *perroinfluencers* capaces de convocar miles de fans para causas benéficas.

Detrás de todo está creciendo en toda Latinoamérica un mercado de bienes y servicios que incluye a tutores caninos que generan contenido audiovisual diariamente y es eso lo que les permite convertir a sus perros en estrellas y a ellos lucrar a través de publicidad.

## (7) Lifestyle canino

PRIMICIAS EL PERIODISMO COMPROMETIDO

Buscar aquí

Miércoles, 29 de enero de 2025

Home Lo Último Política Economía Seguridad Quito Guayaquil Jugada Sociedad Trending Firmas Internacional NEWSLETTER

**Fiuto, el restaurante gourmet para perros en Roma**

El amor por los perros llega a nuevos niveles en Roma, Italia, con un restaurante gourmet y sofisticada decoración. Así es Fiuto, que también ofrece comida para humanos.

LO ÚLTIMO

01 Mega operati… Quito: 17 det… robo, estafa y… microtráfico… Marín, El Teja… Trébol

02 Tres detenid… transportar a… 3.000 galone… en Santa Eler…

03 Candidata Ar… González sus… caravana en…

https://www.primicias.ec/noticias/entretenimiento/gastronomia/fiuto-restaurante-perros-comida-mascotas/

En Italia, **Fiuto** se convirtió en el primer restaurante del mundo dedicado a servir platos exclusivamente diseñados para perros. Gracias a la colaboración de un chef con un nutricionista veterinario, la comida del sitio se prepara sin especias, sal, ni aceites, garantizando que sea seguro para todo tipo de razas y tamaños.

**Perro Café** es una cafetería ubicada en Quito, pensada especialmente para las mascotas. Entre las actividades que ofrecen se encuentran el campamento perruno y la opción de celebrar el cumpleaños de las mascotas con un menú especial que incluye croquetas, snacks y helados.

https://www.instagram.com/perrocafe.ec/?hl=es

Referencia: imagen tomada de https://hogarverde-ec.com/

# Ingredientes biodegradables

## -Nueva arista del ambientalismo

La economía verde continúa encontrando resquicios por los cuales expandirse y satisfacer las demandas originadas en nuevos hábitos y nuevos valores de la sociedad. Ahora destacamos el uso de ingredientes biodegradables en un número creciente de productos.

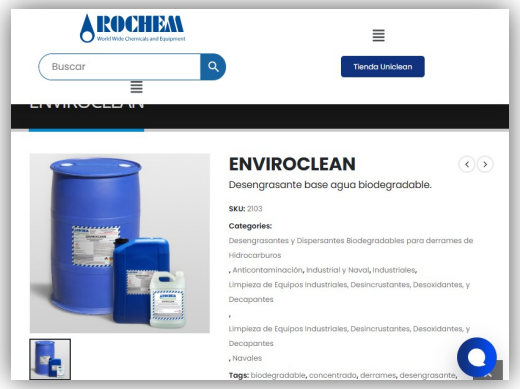
El mercado sensible a estas ofertas prioriza la compra, por ejemplo, de desodorantes de piedra de alumbre por encima de los aerosoles tradicionales. Así también existen tiendas especializadas en productos de limpieza del hogar hechos con materiales naturales o biodegradables que venden al granel en envases que el propio cliente lleva para surtirse. En la misma cuerda, Ecuador ha preferido las fundas biodegradables por sobre la opción de la prohibición radical de fundas plásticas en los supermercados, que fue el camino de otros países de Latinoamérica.

Sin duda el recurso de los ingredientes naturales y biodegradables ha encontrado altos niveles de receptividad. Y eso recién empieza.

## (8) Ingredientes biodegradables

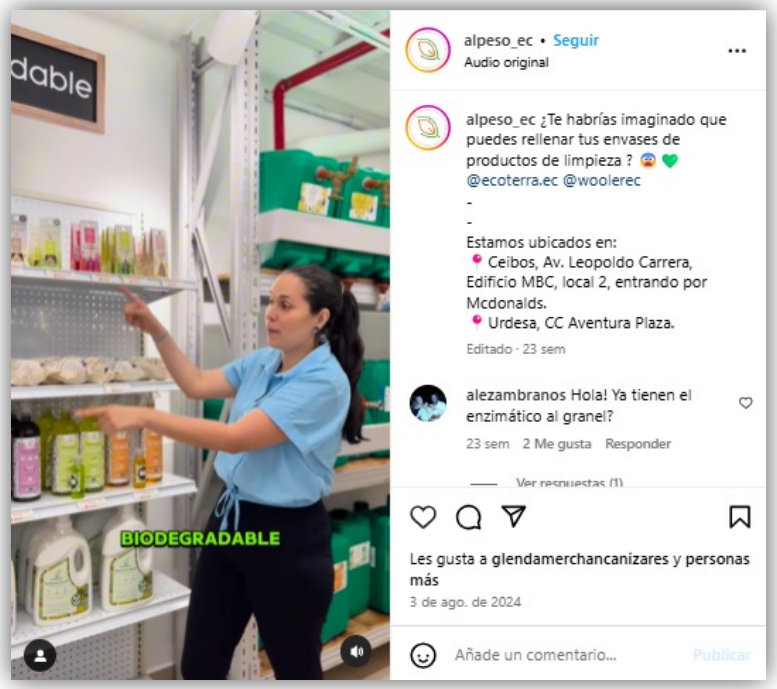
**Rochem** en su catálogo de productos para limpieza ofrece desengrasantes cuya formulación incluye un solvente natural a base de aceites cítricos y surfactantes, excluyendo el uso de químicos con cloro o derivados de hidrocarburos que resultan contaminantes.

**ISA S.A.** lanzó a través de la marca Hogar Verde, la línea de limpieza Green Savone, cuyo primer producto fue un detergente en tabletas desarrollado a base de enzimas biodegradables, libre de fósforo y nitrógeno.




https://rochem.com.ec/producto/enviroclean/

https://hogarverde-ec.com/producto/green-savone-ecotabletas-detergente-biodegradable-15-tabletas/




https://www.instagram.com/alpeso_ec/reel/C-Npy-_M2m_/

La tienda **Alpeso EC,** situada en Guayquil, promueve que los clientes realicen las compras al granel en fundas de tela, envases de vidrio o bolsas de papel. Su oferta está basada en diversos productos que van desde café y frutos deshidratados hasta artículos de limpieza personal.

# Economía plateada

## -Mucho por vivir

En 2016 escribimos acerca de la tendencia Abuelos tecnológicos, en referencia a adultos mayores incorporados a los más recientes desarrollos de la tecnología. Nos quedamos cortos: hoy esa generación está revolucionado el concepto de vejez al relativizar el asunto de la edad como puerta de salida.

*La longevidad existió siempre, pero era un privilegio para pocos. Hoy es la primera vez en la historia de la humanidad que empieza a ser un fenómeno colectivo y social*[1]. Y dentro de eso se está viviendo una nueva longevidad, incluso nuevas longevidades, en plural.

Dónde y cómo eligen vivir, los divorcios grises, la integración a actividades físicas, sus consumos de entretenimiento, sus viajes, etc., han generado una industria que empieza a moverse para satisfacer sus (nuevas) demandas. Es la economía plateada y está compuesta de personas que han descubierto que tienen mucho por vivir.

1 Recuperado de: https://www.clarin.com/opinion/nueva-rebeldia-dejar-esconder-vejez-amigarnos-edad_0_zBBBhncBWI.html el 12 de diciembre de 2024

## (9) Economía plateada

27 Ene, 2025 Argentina Colombia España México Mundo Últimas Noticias Turismo Perú Deportes Actualidad

infobae

Perú Últimas Noticias Política Deportes Entretenimiento

PERÚ ›

**Generación Plateada: Ahora más cerca del emprendimiento que de la jubilación**

Con el aumento de la longevidad y el declive de la natalidad, surge una tensión entre una población envejecida y una disminuida fuerza laboral joven en diversas regiones

Por **Rolando Liendo**

https://www.infobae.com/peru/2024/10/20/generacion-plateada-ahora-mas-cerca-del-emprendimiento-que-de-la-jubilacion/

Los más recientes estudios poblacionales en diversos países de la región y del mundo, muestran una caída drástica de la tasa de natalidad. Sumado a esto, la esperanza de vida de la población se ha ido incrementado gracias a los avances científicos.

En un futuro próximo, se prevé el impacto que tendrá este fenómeno en la estructura económica, empresarial y laboral en países de Latinoamérica. En Ecuador, la psicóloga Alexandra Landázuri, fundó **Guiarte**, una comunidad online que aborda temas relacionados a la economía plateada.

https://guiarte.ec/

En países como Colombia y México, se han implementado políticas para promover la empleabilidad de personas de más de 55 años. En el caso de Colombia, crearon el ***Sello Amigable Adulto Mayor***, que fomenta su contratación a través de beneficios tributarios para las empresas.

Según un estudio del portal de empleo chileno **Laborum**, *"más de la mitad de empresas de la región no ha contratado a trabajadores mayores de 55 años en el último año"*, representando un reto para la región frente a este fenómeno.

PRIMICIAS EMPRESAS MARKETING & NEGOCIOS

Martes, 14 de enero de 2025

Economía Plateada

**¿Cuántas personas de más de 55 años contratará este año?**

La incorporación de adultos de mayor edad es un tema tabú todavía entre las compañías. En Ecuador, el mercado laboral para este segmento es casi nulo. En otros países de la región empiezan a darse cambios importantes.

Tercera EdadEjecutivos de edad adulta en su puesto de trabajo.

LO ÚLTIMO

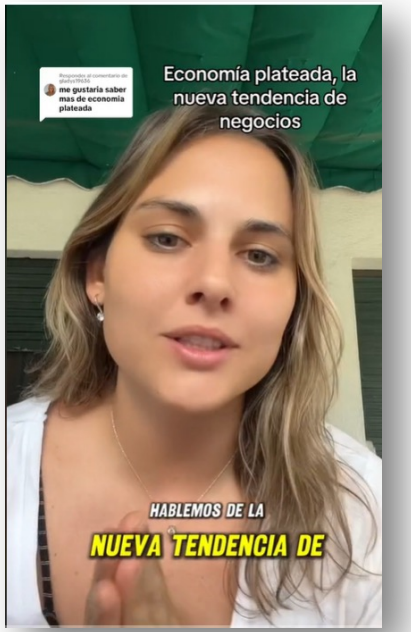
01 Nivus: Un SUV con innovación y estilo para tu camino

02 Innovación en movimiento a bordo del Nissan X-Trail e-POWER

03 Niro EV: Un salto al futuro de la movilidad sostenible

04

https://www.primicias.ec/nota/primicias-empresas/eco-plateada/cuantas-personas-de-mas-de-55-anos-contratara-este-ano/




https://www.tiktok.com/@pipicomunica/video/7320620164683255046?_r=1&_t=ZM-8sopAQ9t4I1

# Velocidad artificial

## - La cotidianidad de la IA

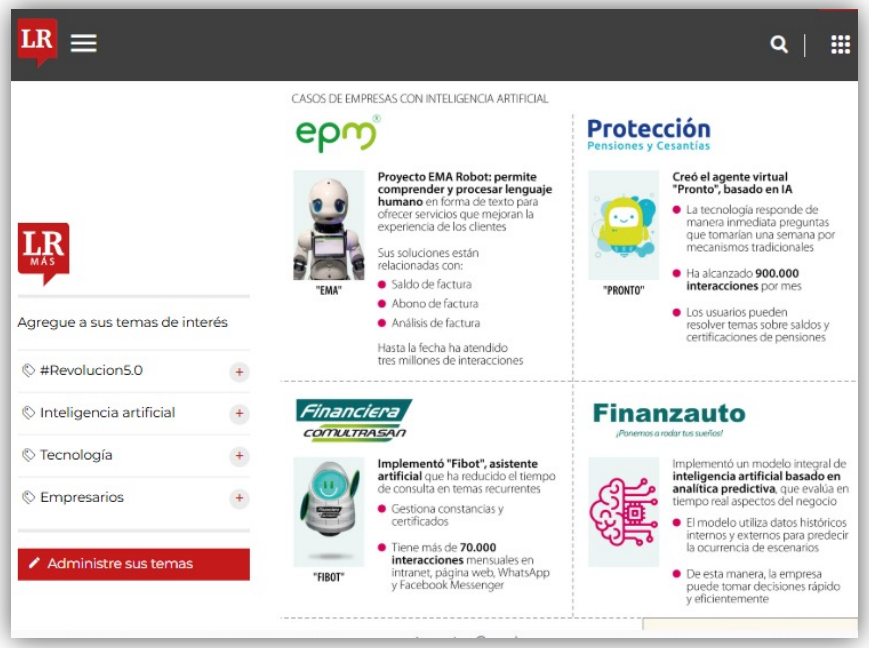
*Mejores que nosotros* es una serie de ciencia ficción estrenada en 2018 que presenta la situación de una robot con inteligencia artificial que se introduce funcionalmente en una familia y aporta al cuidado de sus miembros y propiedades. En 2025 ya se comercializarán legalmente robots humanoides y son muchas las marcas que han integrado la IA hasta para sugerir recetas de acuerdo al contenido de la refrigeradora de casa.

La velocidad a la que la IA está colonizando procesos, productos, actividades, etc. empieza a superar incluso a las series y películas futuristas.

Estamos, por tanto, frente al desafío de adaptarnos a la IA como antes lo hicimos con la computación: empezaremos a pensar en función de la IA, nos volveremos dependientes de ella, adoptaremos sus productos derivados y deberemos conocerla para sacarle provecho. Muchos nuevos mercados se crearán en esos procesos.

## (10) Velocidad artificial

Según el medio colombiano La República, una de cada cuatro empresas ha implementado o tiene planes de implementar inteligencia artificial en sus operaciones comerciales. Un ejemplo de esto es **Finanzauto** que optó por un modelo integral de IA basado en análisis predictivo, utilizando datos históricos para prever diferentes escenarios en el mercado.




https://www.larepublica.co/especiales/revolucion-5-0/las-empresas-colombianas-que-han-integrado-la-inteligencia-artificial-a-sus-servicios-3713204

Carrefour Argentina: ¿Cómo utilizar la inteligencia artificial para potenciar las ventas en supermercados?

Miércoles, Octubre 2, 2024 - 15:00



https://www.americaeconomia.com/negocios-e-industrias/carrefour-argentina-como-utilizar-la-inteligencia-artificial-para-potenciar

**Carrefour Argentina** impulsa su transformación digital con IA y Machine Learning. La cadena implementó un sistema para prever la demanda de productos y ajustar los precios de manera eficiente. Esta tecnología les permite optimizar su cadena de suministros, permitiéndoles tener productos disponibles en el momento adecuado y con el mejor precio.

# Sexto sentido: la emoción

## - Somos seres emocionales

Habíamos pasado ya de los argumentos de lo que el producto puede hacer por el consumidor, al *storytelling* de lo que el consumidor puede hacer con el producto. Ahora damos una vuelta de tuerca y llegamos a *lo que el consumidor puede sentir* con la marca.

Con recursos tomados de la Realidad Aumentada, de las experiencias inmersivas, del marketing olfativo, de la psicoacústica y de la IA las empresas de avanzada proponen experiencias sensorialmente memorables y emocionalmente únicas que logren los mayores niveles de pregnancia en el consumidor. Y de publicaciones orgánicas en TikTok, por supuesto.

El mercado latinoamericano no solo recibe bien sino que demanda estos estímulos en conciertos, museos, salas de ventas, o en ferias y happenings, incluso para fines no comerciales como religión o política. En cuanto a métricas, la memorabilidad, la intención de recomendar y las emociones asociadas a la marca bien podrían denominarse "emoción pública".

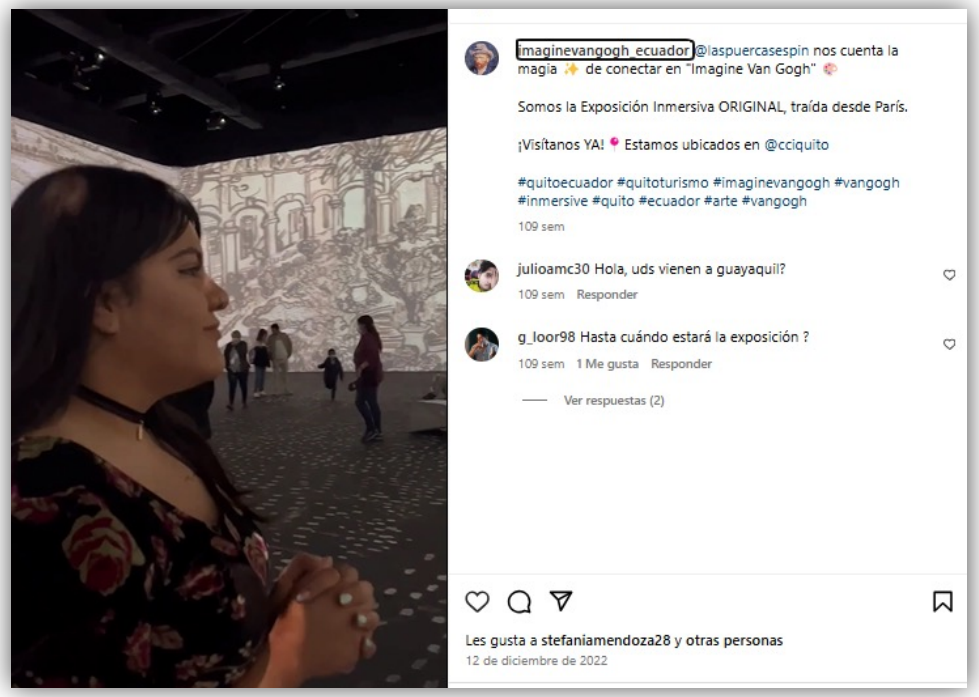
## (11) Sexto sentido: la emoción

https://cdmxsecreta.com/experiencias-inmersivas-en-cdmx/

https://riodejaneirosecreto.com/es/experiencias-inmersivas-en-rio-de-janeiro/

Desde museos hasta acuarios, juegos, salas temáticas y carros chocones. Las experiencias inmersivas se escuchan cada vez con más frecuencia en todo tipo de actividades recreativas.

**Imagine Van Gogh Ecuador** proyectó más de 200 obras del pintor en pantallas táctiles que cubrieron todo el museo, desde el piso hasta el techo, creando una experiencia inmersiva en el trabajo del artista. El ambiente también estuvo acompañado de música clásica, intensificando la experiencia sensorial de los visitantes.




https://www.instagram.com/p/CmFhlvOgreV/?hl=es

En medio de la mayor crisis de inseguridad de la historia y del decrecimiento de la economía nacional en comparación con el año precedente, las desigualdades atávicas siguen obligándonos a inventar, a modificar y a adaptar nuestros hábitos para salir adelante.

Ecuador, como Latinoamérica toda, sabe mucho de crisis y de sobrellevarlas; ojalá en un futuro cercano sepamos también cómo superarlas y prevenirlas.

Seremos, en el futuro que empieza hoy, diferentes por nuestros hábitos, pero seguiremos siendo viajeros del *eterno retorno* y volveremos inevitablemente por la rueda de los ciclos a las mismas angustias humanas, a las mismas luces y a los mismos anhelos.

# Referencias consultadas


https://www.trendwatching.com/2025-trend-report-highlights

https://www.trendhunter.com/trends/2025-trend-report

https://consumer-truth.com.pe/reportes-tendencias/

https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/#resultados

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/

https://trends.oneadvanced.com/sectors/

https://www.censoecuador.gob.ec/desafios-y-oportunidades-para-el-ecuador-ante-el-envejecimiento-poblacional-inec-destaca-datos-claves-en-el-dia-mundial-de-la-poblacion/

https://www.clarin.com/opinion/nueva-rebeldia-dejar-esconder-vejez-amigarnos-edad_0_zBBBhncBWI.html#google_vignette

https://www.infobae.com/peru/

https://www.eluniversal.com.mx/tendencias/conoce-experiencias-el-universal-mas-alla-de-la-informacion-una-conexion-directa-con-la-audiencia/

https://elpais.com/us/

# Trendhunting® de Negocios & Estrategias

+593 . 4 . 2630100

cuentas@negociosyestrategias.com.ec

http://www.negociosyestrategias.com.ec/